

# Competition Memo : Août 2001

## L'Analyse économique dans le cas GE/Honeywell

### 1ère partie: Le « *Mixed Bundling* »

En matière de fusions, le cas le plus important de ces dernières années est sans conteste la récente tentative d'acquisition de Honeywell par General Electric qui a finalement été interdite par la Commission européenne.<sup>1</sup> La transaction aurait principalement eu des effets sur les marchés du secteur aéronautique: GE est un important producteur de moteurs pour avions commerciaux (entre autres, par le biais de CFMI, une entreprise commune détenue à 50/50 avec Snecma); Honeywell est un fournisseur de produits avioniques, d'autres composants et de systèmes pour avions commerciaux et offre également des moteurs pour avions d'affaires. A quelques exceptions près, il n'y avait pas de chevauchement horizontal direct entre les activités des deux entreprises.<sup>2</sup> À une exception près, la fusion ne posait également aucun problème majeur. Par conséquent, les inquiétudes de la Commission étaient principalement liées à des « effets indirects » (c'est à dire des effets qui ne sont pas engendrés par la réduction du nombre de concurrents sur un marché ou par une exclusion verticale au sens conventionnel du terme).<sup>3</sup> Ce mémo se concentre sur l'un des deux effets indirects identifiés par la Commission, à savoir les effets de « conglomérat » et en particulier, toutes les formes de *bundling* (ventes groupées). La possibilité d'éviction par le biais de l'intégration verticale avec une compagnie qui achète des avions (GECAS – la branche de crédit-bail de GE qui représente moins de 10% des achats d'avions) constituait le deuxième effet indirect. Ce dernier sera discuté dans un prochain *Competition Memo*.

#### Les différentes formes de *bundling*

La théorie économique définit deux formes de *bundling*:

- Le *Pure bundling*, aussi appelé *tying* (ventes liées) : lors d'une vente liée, la vente d'un produit est conditionnée par l'achat d'un autre produit, c'est à dire que les produits ne sont pas vendus séparément. En pratique, les ventes liées peuvent être mises en application par le biais d'une intégration technique (quand les produits sont conçus de manière à ne pas pouvoir être séparés physiquement ou à ne pas fonctionner correctement s'ils sont utilisés avec des produits concurrents);
- Le *mixed bundling* (ventes groupées) : dans ce cas, les produits restent disponibles séparément mais ils sont également offerts de manière conjointe à un prix réduit (le prix de l'offre groupée est moins élevé que la somme des prix des produits vendus séparément).

La Commission s'est principalement concentrée sur le *mixed bundling*.<sup>4</sup>

#### La théorie du *mixed bundling*

La possibilité que GE/Honeywell se retrouve en mesure, après la fusion, de proposer des offres groupées (avec une ristourne) aux clients qui achètent déjà des produits de ces deux entreprises constituait l'une des préoccupations majeures de la Commission. Un modèle théorique présenté par l'un des concurrents est à l'origine de cette inquiétude. Dans ce modèle, la nouvelle entité serait incitée à mettre en place une stratégie de ventes groupées après la fusion. Cette stratégie entraînerait des effets négatifs importants sur les profits et les parts de marché des concurrents.

Cet effet résulte avant tout de l'amélioration de l'efficacité dans la fixation des prix, induite par une fusion entre *produits*

*complémentaires*. En effet, un producteur de biens complémentaires tient compte de l'impact que le prix d'un de ses produits peut avoir sur les ventes du produit complémentaire et cela peut l'inciter à fixer les prix à un niveau plus bas que s'il n'offrait qu'un seul des produits. Puisque les réacteurs et les autres composants d'aéronefs sont des produits complémentaires – ils sont tous nécessaires sur un avion – la nouvelle entité pourrait réaliser que la réduction du prix des réacteurs entraînerait plus de ventes de produits avioniques (et *vice versa*).

Ce mécanisme implique « l'internalisation » d'une « externalité de prix » (l'effet que le prix du bien A peut avoir sur la demande du bien complémentaire B est pris en compte). Le gain en efficacité de cette internalisation est similaire à celle qui résulte d'une intégration verticale, quand les décisions prises à l'amont ne tiennent pas seulement compte des profits à l'amont mais aussi de l'effet que les prix ont sur les prix en aval, la demande et donc les profits. Dans le contexte des relations verticales, cela s'appelle l'élimination de la « *double marginalisation* ».<sup>5</sup>

Il est à noter que les ristournes potentiellement offertes par GE ne furent pas considérées comme étant des prix d'éviction (*predatory prices*) dont le but est de forcer les concurrents à quitter le marché. Selon la Commission, étant donné la possibilité d'offrir une gamme plus étendue de produits, une stratégie de *mixed bundling* serait une réponse rationnelle, maximisant le profit de GE dans le court terme.

Selon cette théorie, GE/Honeywell serait également incité à augmenter les prix des composantes individuelles quand elles sont vendues séparément. Les ventes ainsi perdues seraient « récupérées » par le biais de l'offre groupée (c'est une forme de discrimination en prix).

Toutefois, la réduction des prix résultant de l'efficacité accrue constituait le principal effet prévu et formait la base des inquiétudes majeures de la Commission. Pourtant, un tel effet ne peut se révéler anti-concurrentiel et néfaste pour les consommateurs que si l'efficacité en prix est telle que les concurrents (qui n'offrent pas une gamme aussi étendue de produits et ne peuvent donc pas bénéficier de la même efficacité) sont forcés à quitter le marché dans le long terme. En d'autres termes, les inquiétudes de la Commission par rapport au *mixed bundling* peuvent être interprétées en termes de « délit d'efficacité » (*efficiency offence*): la nouvelle entité pourrait être *trop efficace* et mettre en péril l'existence future de ses concurrents. Les difficultés pratiques liées à ce genre d'approche sont discutées dans le paragraphe suivant.

#### Quelles observations empiriques?

Les prévisions du modèle théorique – des ristournes importantes et persistantes pour les offres groupées – ne correspondent pas à ce qui est observé dans l'industrie. En effet, les ristournes sur offres groupées ne sont pas fréquentes sur les marchés du secteur aéronautique. Pourtant, de nombreux concurrents offrent des gammes étendues de produits (pas très différentes de celle qui aurait été offerte par GE/Honeywell) et pourraient donc proposer des rabais sur des offres groupées. Lors d'appels d'offres, les fournisseurs disposant d'une large gamme de produits tentent de faire des offres regroupant le plus grand nombre de produits. Toutefois, les clients (des compagnies aériennes ou des constructeurs d'avions) ont tendance à « défaire » de telles offres groupées pour pouvoir comparer les offres produit par produit et cela a été confirmé par les concurrents lors de l'audition à la Commission.

A l'heure actuelle, pour les avions d'affaires, Honeywell est déjà capable d'offrir une gamme de produits similaire à celle qui aurait été créée par la transaction : Honeywell offre des réacteurs, des produits d'avioniques et autres composants sur ce segment. Toutefois, aucun élément ne permet d'établir la pratique d'offres groupées par Honeywell pour les avions d'affaires ni l'incapacité

<sup>1</sup> Lexecon Ltd était l'un des conseillers économiques de General Electric.

<sup>2</sup> L'étendue des chevauchements horizontaux réels fut un sujet de discordance – par exemple, selon la Commission, il y avait un chevauchement horizontal sur le marché des réacteurs pour gros porteurs régionaux malgré le fait que dans ce segment, GE et Honeywell n'étaient jamais entrés en concurrence pour le même appel d'offre.

<sup>3</sup> Le *Competition Memo* intitulé « Les Effets indirects dans le contrôle des concentrations » (octobre 2000) traite en détail de ces effets indirects.

<sup>4</sup> La Commission a reconnu qu'actuellement, les réacteurs et les autres composants ne sont pas liés techniquement. Toutefois, selon la Commission, la nouvelle entité pourrait à terme mettre en place des ventes liées par le biais d'une intégration technique des générations futures de produits. Ce point n'était cependant pas central dans l'analyse.

<sup>5</sup> Lors de la fixation de leurs prix, deux entreprises indépendantes en amont et en aval rajouteraient chacune une marge à leurs coûts et ce taux de marge double a pour conséquence que le prix final est *trop élevé* par rapport au niveau qui serait fixé par un fournisseur intégré maximisant ses profits.

des autres firmes sur ces marchés de concurrencer la gamme de Honeywell.<sup>6</sup>

## Les failles dans la théorie

Même si l'on ignore les observations empiriques, il apparaît que le modèle théorique sur lequel la Commission base ses conclusions ne tient pas la route quand on l'examine en détail :

- *Une simplification exagérée*: tous les modèles simplifient forcément la réalité. Toutefois, quand un modèle est utilisé en pratique, il doit tenir compte des caractéristiques principales du marché considéré. Cela n'était pas le cas du modèle de *mixed bundling* : entre autres, ce modèle ne tenait pas compte du fait que la plupart des ventes de moteurs attribuées par la Commission à GE étaient en réalité réalisées par l'entreprise commune, CFMI. Or, cela a une influence évidente sur les incitants à faire des offres groupées puisque Snecma (partenaire de GE dans l'entreprise commune) n'a aucun intérêt à accroître les ventes de Honeywell en réduisant le prix de ses moteurs.
- *Un prix uniforme*: le modèle était basé sur l'hypothèse qu'un prix identique est proposé à tous les clients. Or, sur les marchés de l'aéronautique, les prix sont fixés au cas par cas par un processus d'appel d'offres et de négociations. Par conséquent, les prix fixés pour différents contrats reflètent le résultat des négociations et peuvent varier de manière importante. Cet aspect modifie l'analyse de façon considérable. En effet, la pratique du *mixed bundling* permet de discriminer entre les clients. Or, si les fournisseurs ont suffisamment d'informations sur leurs clients et leurs concurrents, et s'ils peuvent fixer les prix au cas par cas, les bénéfices du *mixed bundling* disparaissent complètement. Même s'il existe une incertitude concernant les préférences individuelles des clients, l'incitation à faire des offres groupées diminue fortement si les prix peuvent être fixés individuellement et si le producteur a des informations sur la situation du client.<sup>7</sup>
- *Le calibrage numérique*: le modèle permettait de donner des valeurs arbitraires aux paramètres. De plus, il y avait des incohérences entre les hypothèses du modèle et les paramètres numériques spécifiés. Par conséquent, l'impact de toute forme d'offre groupée sur les concurrents était exagéré.

Finalement, dans la décision finale, la Commission ne s'est pas basée sur ce modèle mais elle en a retenu les conclusions théoriques. Ce faisant, la Commission s'est privée d'une base économique cohérente pour justifier ses conclusions.

### « Délit d'efficacité » ?

L'analyse du *mixed bundling* effectuée par la Commission soulève une question importante : existe-t-il des cas pour lesquels les autorités de concurrence devraient interdire une fusion car une réduction des prix est prévue et que les consommateurs en bénéficieront ? La Commission a reconnu que toute réduction de prix par GE/Honeywell résulterait de l'élimination d'une situation inefficace dans la fixation des prix. Cela implique qu'une fusion générant des efficacités pourrait potentiellement être source d'inquiétude si l'entité fusionnée devient trop efficace par rapport à ses concurrents (si par exemple il y a des économies d'échelle ou de gamme dans la production).

Or, certaines conditions doivent être remplies pour qu'une stratégie d'offres groupées entraîne des effets anti-concurrentiels. Il faut que l'entité fusionnée puisse forcer ses concurrents à quitter l'industrie et soit ensuite capable de ré-augmenter les prix sans craindre que les concurrents ne reviennent sur le marché (ou que de nouveaux entrants n'arrivent sur le marché). Il faut également qu'il y ait une forte probabilité d'observer un tel scénario. Si ce n'est pas le cas, les offres groupées avec ristournes sont tout simplement plus

efficaces. De plus, les concurrents auront des incitants à réduire leurs coûts, à créer des partenariats, et de manière générale, à améliorer leur performance s'ils veulent récupérer des parts de marché et un certain niveau de marge de profit.

## Prévoir la sortie du marché

La charge de la preuve est une question importante. Quel est le niveau de ristourne qui affectera de manière significative les parts de marchés des concurrents ? Quelle est la probabilité que les concurrents soient affaiblis de manière substantielle *en raison de la fusion* et soient forcés à quitter le marché (ou à développer moins de nouveaux produits) ? Les autorités de concurrence doivent faire des hypothèses très fortes pour pouvoir prévoir que l'efficacité générée par une fusion forcera les concurrents à quitter le marché. Le contrôle des concentrations nécessite toujours un *certain degré* de jugement sur ce qui risque de se passer après une transaction. De manière pratique, il est bien plus difficile de prévoir que les concurrents seront forcés à quitter un marché que de prévoir une augmentation de prix dans le court terme suite à une fusion (horizontale) et ce, en raison de l'horizon temporel considéré et des hypothèses à faire sur les conditions économiques générales, le succès de produits futurs, etc. Pour cette raison, dans des cas similaires, les autorités américaines donnent plus de poids aux efficacités de court terme qu'à la « marginalisation » hypothétique des concurrents dans le long terme.

La décision d'interdire une fusion sur base de prévisions de réductions de prix conduisant à la sortie des concurrents signifie que l'on donne plus de poids à des accroissements hypothétiques de prix dans le long terme et que l'on ignore les effets immédiats de baisse de prix. Pour poser un tel jugement, les autorités de concurrence doivent avoir la conviction que le risque de sortie est important et conclure que ce risque dépasse les bénéfices de court terme. Dans le cas *GE/Honeywell*, aucun élément ne permettait de conclure que la sortie serait une conséquence de la fusion. En effet, il existe d'importantes barrières à la sortie dans le moyen terme. Les principales entreprises présentes sur le marché ont fait d'importants investissements irrécupérables (*sunk costs*) pour développer les produits existants. Leur engagement de long-terme à fournir des produits certifiés pour leur utilisation sur des plates-formes existantes constitue également une barrière à la sortie.

## Implications

L'analyse économique du *mixed bundling* effectuée par la Commission dans le cas *GE/Honeywell* est source de nombreux points d'interrogation. La question n'est pas de savoir si la Commission a eu raison ou tort mais de comprendre les implications pour les fusions futures.

De manière évidente, cette décision suggère que lors de fusions qui ne créent pas de chevauchements horizontaux, la « possibilité d'offrir des offres groupées » doit être examinée. Quand une fusion concerne des biens complémentaires, les entreprises concernées doivent s'attendre à des questions sur les possibilités d'offres groupées et leurs effets sur les concurrents.

Dans le cas *GE/Honeywell*, il est aussi difficile d'éviter de conclure que la seule *taille* de l'entreprise provoquait un certain malaise, tant au niveau de son échelle (pas seulement sur les marchés aéronautiques) que de la gamme de produits aéronautiques. Les effets de conglomérat et la « force financière » sont discutés en détail dans la décision, ce qui suggère que ces seuls facteurs peuvent en soi être une source d'inquiétude en raison des avantages concurrentiels qu'ils peuvent offrir à l'entité fusionnée.

Toutefois, l'importance des prévisions de *sortie des concurrents* dans l'évaluation des effets anti-concurrentiels potentiels a sans doute la plus grande portée. Cela signifie que les fusions ayant des effets pro-concurrentiels dans le court terme pourraient être interdites s'il existe un risque de forcer les concurrents hors du marché, et ce, même si cette probabilité est faible et lointaine. Si l'on considère que cet aspect de la décision constitue un précédent, les implications potentielles sont sérieuses.

août 2001

© CRAI International (publié initialement par Lexecon Ltd avant son acquisition par CRAI)

<sup>6</sup> Il y a à peine 18 mois, dans la décision *Allied Signal/Honeywell*, la Commission a elle-même conclu que les offres groupées ne sont pas un phénomène important dans cette industrie.

<sup>7</sup> En général, la possibilité de négocier les prix individuellement peut intensifier la concurrence : quand les réductions de prix à un seul client n'ont pas d'influence sur les marges réalisées sur les ventes aux autres clients, les incitations à se faire rude concurrence pour gagner un client sont plus importantes.